

„სტრატეგიული კომუნიკაციის გავლენა ღვინის ექსპორტის მაჩვენებლის ზრდაზე“

თათული ქათამაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებასთან ურთიერთობის
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

საზოგადოებასთან ურთიერთობა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი თბილისი, 2025

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.“

თარიღი: 06.06.2025 წელი.

აბსტრაქტი

აღნიშნული სამაგისტრო ნაშრომი იკვლევს სტრატეგიული კომუნიკაციის გავლენას ღვინის ექსპორტის მაჩვენებლის ზრდაზე და აქვს გამოყენებითი ხასიათი. თანამედროვე გლობალურ ეკონომიკაში ექსპორტი ქვეყნის ეკონომიკური ზრდისა და კონკურენტუნარიანობის ძირითად მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს, ხოლო ეფექტური კომუნიკაცია გადამწყვეტია საექსპორტო პროდუქციის იმიჯის, რეპუტაციისა და საერთაშორისო ბაზრებზე ცნობადობის ასამაღლებლად. კვლევის მიზანია ღვინის ექსპორტის მაჩვენებლის განვითარებაში სტრატეგიული კომუნიკაციის როლის სიღრმისეული ანალიზი, არსებული გამოწვევების, წარმატებული პრაქტიკისა და პრაქტიკული რეკომენდაციების შემუშავება ქართული პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის გაზრდისთვის.

კვლევა ეყრდნობა შერეულ მეთოდოლოგიას, რომელიც აერთიანებს რაოდენობრივ და თვისებრივ მიდგომებს. რაოდენობრივი ნაწილი მოიცავს საქართველოს ექსპორტის სტატისტიკური მონაცემების, ღვინის ეროვნული სააგენტოს (საქსტატი, სამინისტროების ანგარიშები) სიღრმისეულ ანალიზს ბოლო 5 წლის განმავლობაში, რათა გამოვლინდეს ტენდენციები და მათი კავშირი საკომუნიკაციო ინიციატივებთან. თვისებრივი ნაწილი განხორციელდება სტრუქტურირებული ინტერვიუების მეშვეობით, სადაც გამოიკითხებიან ექსპორტიორი კომპანიების წარმომადგენლები, და დარგის ექსპერტები. მოსალოდნელია, რომ კვლევა გამოავლენს კომუნიკაციაში არსებულ ხარვეზებსა და გამოწვევებს საქართველოდან ღვინის ექსპორტის კონტექსტში, ასევე წარმატებული კომუნიკაციის პრაქტიკებს. მიღებული შედეგების საფუძველზე შემუშავდება პრაქტიკული რეკომენდაციები, ექსპორტიორი კომპანიებისთვის, სახელმწიფო სტრუქტურებისთვის, რათა მათ შეძლონ ეფექტურად გამოიყენონ სტრატეგიული კომუნიკაცია ექსპორტის მოცულობისა და საერთაშორისო აღიარების გასაზრდელად.

საკვანძო სიტყვები: სტრატეგიული კომუნიკაცია, ღვინის ექსპორტი, ეროვნული ბრენდინგი, რეპუტაცია, ხილვადობა, საქართველო, მონაცემთა ანალიზი, ექსპერტული გამოკითხვა.

Abstract

This Master's thesis investigates the influence of strategic communication on the growth of wine export indicators and is of an applied nature. In the modern global economy, exports represent a key driving force for a country's economic growth and competitiveness. At the same time, effective communication is crucial for enhancing the image, reputation, and international market visibility of export products. This research aims to conduct an in-depth analysis of the role of strategic communication in the development of wine export indicators, to identify existing challenges and successful practices, and to develop practical recommendations for increasing the competitiveness of Georgian products.

The study employs a mixed-methods methodology, combining both quantitative and qualitative approaches. The quantitative part involves a thorough analysis of Georgia's export statistical data and reports from the National Wine Agency (GeoStat, Ministry reports) over the last 5 years, to identify trends and their correlation with communication initiatives. The qualitative part will be conducted through structured interviews with representatives from wine exporting companies and industry experts.

The research is expected to reveal existing communication gaps and challenges in the context of wine exports from Georgia, as well as successful communication practices. Based on the findings, practical recommendations will be developed for exporting companies and relevant government agencies, enabling them to effectively utilize strategic communication to increase export volumes and international recognition.

Keywords: Strategic Communication, Wine Export, National Branding, Reputation, Visibility, Georgia, Data Analysis, Expert Survey.

მადლობა

მადლობას ვუხდით ჩემს სამეცნიერო ხელმძღვანელს, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორს, თორნიკე გურულს, რომელმაც დიდი დახმარება გამიწია ნაშრომზე მუშაობის პროცესში.